

тия, технології проведення логістического аудиту для вибору ефективної для підприємства логістическої стратегії.

### Література

1. Криківський Є. Логістика. Основи теорії / Є. Криківський. – Л.: Національний університет "Львівська політехніка", Інтелект-Захід, 2004. – 416 с.
2. Зайцев Е.И. Алгоритмы оптимального позиционирования складов в транспортно-логистической сети / Е.И. Зайцев, О.Ю. Пеховский // Логистика сегодня. – 2004. – № 2. – С. 22-35.
3. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації: [монографія] / І.В. Смолін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 344 с.
4. Корецький М.Х. Формування конкурентоспроможності підприємств у ринкових умовах / М.Х. Корецький // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2005. – № 1. – С. 17-25.
5. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент / І.А. Ігнат'єва. – К.: Каравела, 2008. – 480 с.
6. Ефремов В.С. Стратегія бізнесу. Концепції і методи планування / В.С. Ефремов. – М.: Финпресс, 1998. – 345 с.
7. Дегтяренко В.Н. Основы логистики и маркетинга / В.Н. Дегтяренко. – Ростов: ГАС, 2002. – 352 с.
8. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе / В.И. Сергеев. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 295 с.
9. Лепейко Т.И. Управление формированием стратегического потенциала предприятия / Т.И. Лепей-

ко, А.А. Колесников // Науковий журнал «Економіка розвитку». – 2004. – № 4(32). – С. 98-101.

10. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гама; Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.

11. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: монографія / В.В. Пастухова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.

12. Поспелов О.М. Управління взаємодією з постачальниками в умовах стратегічного альянсу підприємств / О.М. Поспелов // Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2007. – № 19-20. – С. 171-173.

13. Сток Д. Стратегическое управление логистикой / Д. Сток, Д. Ламберт. – М.: Инфра-М, 2005. – 830 с.

14. Цивкунова Т.Н. Планирование логистической стратегии предприятий производственной инфраструктуры / Т.Н. Цивкунова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.traktat.ru/tr/referats/id.14212.html>

15. Moller C. Paradigms in Logistics / C. Moller, J. Johansen. – Department of Production. – Denmark: University of Aalborg, 1993. – 324 p.

16. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Д. Уотерс. – М.: Логистика, 2003. – 597 с.

17. Euerologistika – droga do sukcesu firmy. Wyd. AE. Poznan, 2001. – P.63.

18. Goes J. Customer Service. Logistics Belgium / J. Goes. – Leuven: Interbrew, Logistics Department, 2000. – P. 45.

Поступила до редакції 18.04.11

© Л.В. Швець, 2011

УДК 330.34

Т.В. Романчик\*

## ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРА ЧАСУ

*В статті обґрунтовано значення урахування часових параметрів конкурентної боротьби в умовах ринку. Розглянуто можливість отримання додаткових конкурентних переваг продукцією та підприємством завдяки скороченню строків виведення інноваційного товару на ринок. Запропоновано схему залежності якісних та вартісних характеристик продукту від фактору часу.*

*В статье обосновано значение учета параметра времени в конкурентной борьбе. Рассмотрена возможность получения дополнительных конкурентных преимуществ продукцией и предприятием благодаря сокращению сроков выведения инновационного товара на рынок. Предложена схема зависимости качественных и стоимостных характеристик продукта от фактора времени.*

**Постановка проблеми.** Конкуренція товарів, послуг та їх виробників є **рушійною силою** ринкової економіки. Від того, наскільки вдало підприємство бере участь у конкурентній боротьбі, залежить його конкурентоспроможність, рівень якої визначається здатністю фірми до формування та ефективного управління власними конкурентними перевагами.

В існуючих методах оцінки конкурентоспроможності переважає статичний підхід, тобто оцінка її здійснюється в певну мить часу для умов, що склалися. **Конкурентоспроможність продукції на момент її оцінювання** (поточна конкурентоспроможність) не дає уявлення про її подальший рівень, що формується в умовах динамічного середовища. Один

\* Романчик Т.В. – ст. викладач кафедри менеджменту та військового господарства Академії внутрішніх військ МВС України, м. Харків.

і той же товар у різних умовах володіє різним рівнем конкурентоспроможності. Потреба у забезпеченні безперервності процесу оцінювання конкурентного статусу підприємства та продукції існує не лише у зв'язку з високою мінливістю зовнішнього середовища, але й з присутністю постійних змін, що відбуваються всередині підприємства.

Недоврахування динамічних аспектів конкурентоспроможності істотно підвищує можливість прийняття помилкової неефективної стратегії діяльності підприємства. В зв'язку з цим виникає необхідність динамічної оцінки конкурентоспроможності продукції [1, с. 126]. Тобто сьогодні, в інформаційну епоху, істотно зростає роль фактора часу.

*Аналіз публікацій.* Фактор часу в економіці розглядається у межах теорії життєвого циклу. Дана теорія уперше була опублікована Т. Левітгом. Подальший розвиток вона отримала у роботах Б. Бермана, Е.П. Голубкова, Е. Діхтля, Ф. Дракера, И.И. Кретова, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Е.В. Попова, Э.А. Уткина, Х. Хершгена, Дж.Р. Эванса та ін.

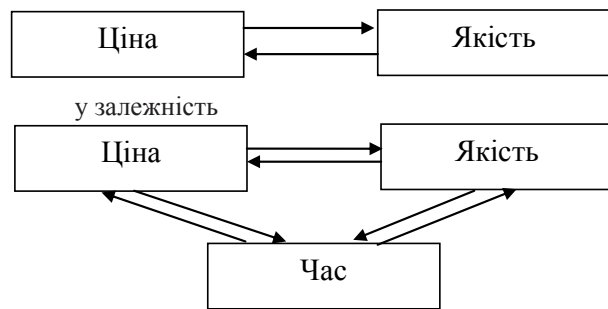
*Метою статті* є розвиток теоретичного обґрунтування змін підходу до оцінки конкурентоспроможності промислової продукції з врахуванням впливу фактору часу.

*Виклад основного матеріалу дослідження.* Економічний збиток від загубленого часу відшкодувати практично неможливо. Існує міцне зв'язування “час – гроші”, що ми зневажали з 1929 р., а тепер пожинаємо плоди. Чим сильніше обмеження за часом, що відпускається на рішення якогось господарського завдання, тим дорожче обходиться це рішення. Чим менше строки впровадження, тим з позицій сьогодення більше витрати, але зате і суттєвіше наближений в часі прибуток.

Час впливає на економіку, на суспільні відносини. Сьогодні вивчення проблем часу як економічної системи є багатоплановим напрямком. Врахування функції часу при дослідженні економічних процесів здійснюється поширенням теорії життєвого циклу. Розвиток даної теорії підтверджується тим, що сучасні економісти обґрунтовують життєвий цикл продукції, організації, інвестицій, інновацій, інноваційної думки і т. ін. [1, 2, 3, 4, 5].

Слід підкреслити, що практично всі дослідники теорії конкурентоспроможності наполягають на тому, що основними категоріями при оцінці рівня конкурентоспроможності продукції є комплекс споживчих властивостей товару, а також його цінова привабливість для споживача, тобто співвідношення ціни та якості [5, 6, 7, 8]. Однак, ув'язувати ринкові перспективи товарів тільки з якісними характеристиками та витратами виробництва недостатньо. Сучасному підприємству доводиться працювати в дуже мінливих зовнішніх умовах. Рівень конкурентоспроможності при цьому не є величиною постійною. Він багато в чому залежить від часу перебування продукції на ринку, швидкості розробки нових зразків товару, швидкості адаптації конкурентів, розвитку науково-технічного прогресу та багатьох інших факторів, пов'язаних з

функцією часу. Тому, цілком обґрунтованим можна вважати перетворення залежності



Щоб уникнути серйозних помилок при прийнятті управлінських рішень, необхідно навчитися розуміти вплив фактора часу на суспільні процеси. Цим визначається ефективність всієї системи управління конкурентоспроможністю, цим визначається теорія життєвого циклу продукту.

Будь-який товар рано чи пізно уходить з ринку в силу різних причин, але головним чином, внаслідок зниження інтересу до нього з боку споживачів. Основним об'єктивним фактором, що впливає на даний процес, є науково-технічний прогрес, що спричиняє моральний знос виробу та, відповідно, зниження його конкурентоспроможності. Постійне розширення сфери наукових досліджень створює основу прискореного технологічного прогресу. Виходячи з концепції науково-технічного прогресу, слід сприймати безперервними і його наслідки – моральне старіння кожної моделі техніки, а також зниження її потенційної економічної ефективності та конкурентоспроможності.

Слід підкреслити, що в умовах розвитку науково-технічного прогресу значно скорочуються строки впровадження ідей у виробництво. Розглянемо історію цього явища за даними таблиці 1 [5, с. 36]. Прискорення процесів виведення товарів на ринок обов'язково веде до прискорення морального старіння зразків техніки. Тому керівництво підприємства обов'язково повинно прагнути скорочення термінів впровадження у виробництво нових розробок.

За оцінками деяких експертів, матеріалізована у винаходах, відповідно зафіксована в патентних документах інформація застаріває в середньому протягом 14-15 років. В області технічних засобів строк старіння становить у середньому 6 років (легкові автомобілі та автобуси застарівають за 4-6 років) [9, с. 193]. Тривалість циклу від виникнення ідеї до серійного випуску товару і початку оптових поставок його споживачам у сучасних умовах не повинна перевищувати 2-5 років навіть для самих складних зразків машинобудівної техніки [4, с. 60-65]. Причиною такого положення є різке скорочення термінів служби інновацій, що підштовхує зростання кількості нових товарів та послуг на ринку. Практично кожен день змінюються асортиментні ряди на окремих товарних ринках, інтенсивність оновлення продукції щоденно зростає. Наприклад, на ринку персональних комп'ютерів і щільникових телефонів нові моделі з'являються в середньому один раз в 3-6 місяці, оргтехніки – через рік, автомобілів – через 3-4 роки [2, с. 68].

Таблиця 1

## Скорочення циклу “початок досліджень - впровадження нового виробу”

Виріб	Час між початком дослідження і впровадженням виробу	Тривалість часу, роки
Фотографія	1727 - 1829	102
Телефон	1820 - 1876	56
Радіо	1876 - 1902	35
Телебачення	1922 - 1936	14
Радар	1926 - 1940	14
Атомна бомба	1939 - 1945	6
Транзистор	1948 - 1953	5

Тому основним завданням підприємства, яке турбується про положення свого товару у конкурентному середовищі, є скорочення термінів розробки продукту, термінів виведення його на ринок. Оперативні дії підприємства на цьому етапі додають потужних конкурентних переваг продукту. Завдяки скороченню терміну виведення товару на ринок знижується част-

ка даного етапу у життєвому циклі. Підприємство при цьому має можливість отримати додатковий прибуток. Можна говорити про отримання підприємством додаткових конкурентних переваг на основі часу, тобто придбання конкурентної переваги, пов'язаної зі скороченням строків розробки, виробництва і випуску товарного продукту або послуги на ринок. Схематично даний процес представлений на рис. 1.

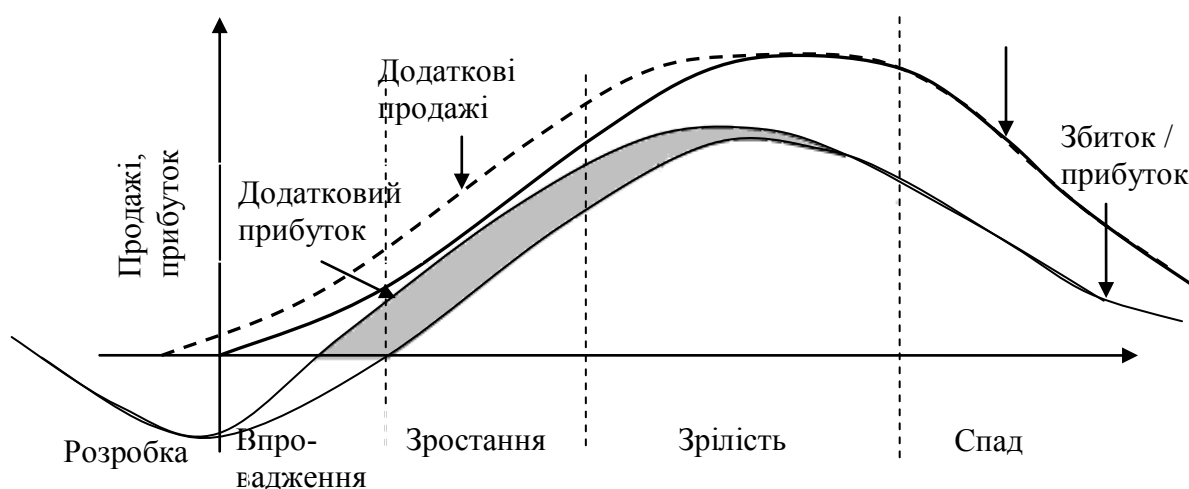


Рис. 1. Можливі зміни строків отримання прибутку завдяки управлінню часом

Фірми, що освоїли виробництво товарного продукту швидше інших, першими вийдуть на ринок і займуть свою частку на ньому. Для всіх послідовників виникає необхідність подолання порога виходу на ринок, а саме:

- фірми, що освоїли виробництво товарного продукту першими і розробили нову технологію або фірми, що застосували при виробництві продукту ноу-хау та утримують їх у своїй власності, формують підвищений поріг виходу на ринок для послідовників;

- фірми, що освоїли виробництво товарного продукту першими, раніше інших конкурентів почнуть “рух” по своїй кривій досвіду і до моменту виходу на ринок конкурентів просунуться по ній, знижуючи свої

виробничі витрати. У них з’являється конкурентна перевага як за ціною, так і за можливістю розвитку виробництва;

- фірми, що освоїли виробництво товарного продукту першими, раніше інших вийдуть на ринок і придбають імідж першопрохідника, піонера в даній області, у них з’являться споживачі-прихильники, що також ускладнить вихід на ринок конкурентам. У них вже будуть сформовані канали просування продукції.

Із цього витікає, що чим довлішній період виконання проекту, тим вище вартість його реалізації. Зниження цих строків дає фірмі можливість досягти необхідних результатів швидше й з меншим залученням ресурсів, отже - одержати конкурентну перевагу.

Після виходу на ринок будь-який товар починає поступово витрачати свій потенціал конкурентоспроможності. Такий процес можна сповільнити і навіть тимчасово затримати, але зупинити - неможливо. Проаналізувавши запропоновані відомості щодо впливу фактора часу, можна помітити, що при значних строках виготовлення однотипної продукції неминуче відбувається процес морального старіння виробів, що обов'язково відбивається

на якості продукції, ціні і, як наслідок, на прибутках підприємства.

Графік (рис. 2 а) наочно показує вплив фактору часу на зміну якісних та цінових характеристик продукту. По даній залежності чітко простежується період часу, коли по якісних характеристиках покупець не готовий платити за товар. Якщо провести аналогію, то мова йде про закінчення життєвого циклу продукту. Однак, за допомогою чітко розробленої маркетингової стратегії ця залежність здатна змінюватися (рис. 2 б).

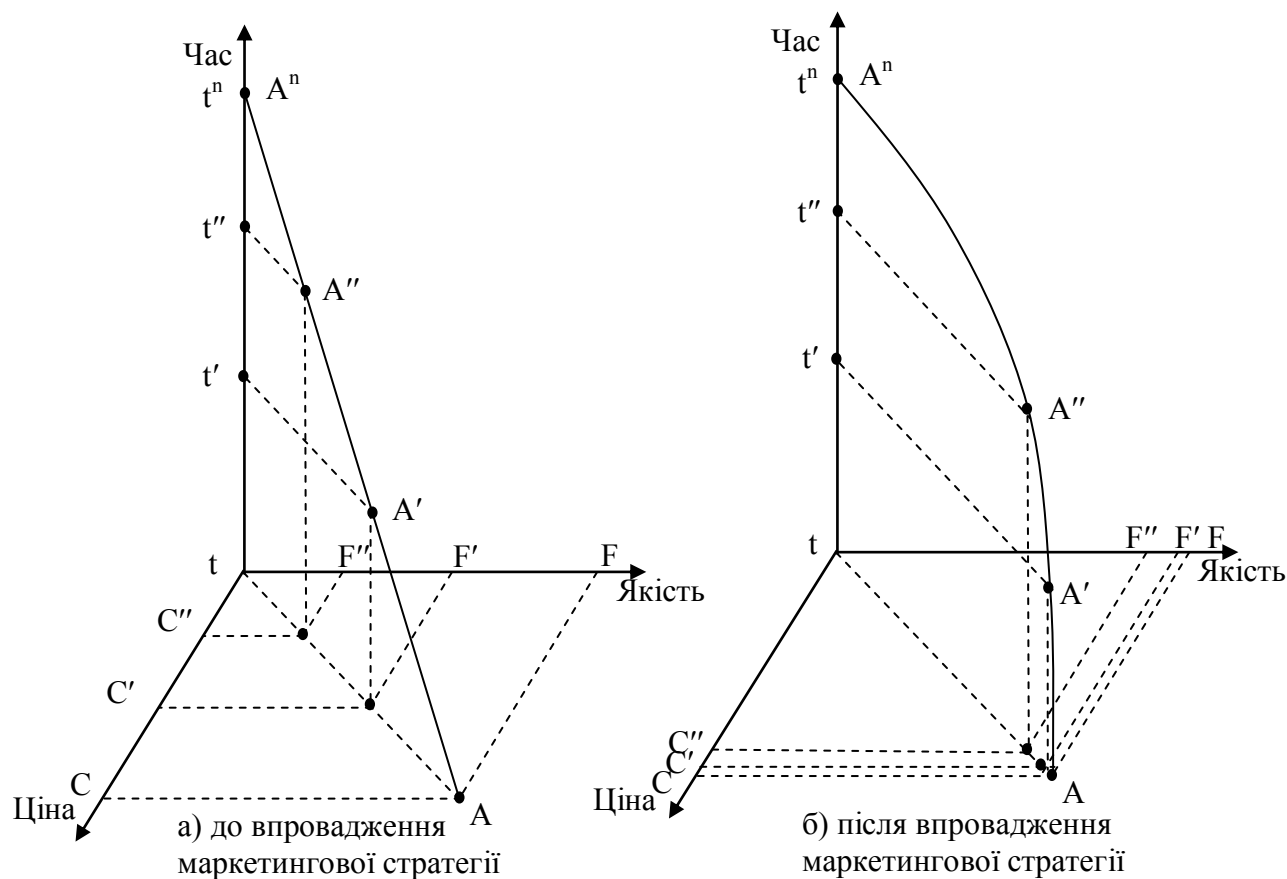


Рис. 2. Графіки залежності ціни та якості продукції від часу

Говорячи про раціональний розподіл часу у моделі життєвого циклу, варто точно врахувати час початку розробки нового продукту. Як свідчить практика розвитку виробництва, своєчасне зародження чергового циклу конкурентної переваги дозволяє підтримувати товар на стадії зрілості.

Наряду з тим слід враховувати, що невинувато прискорений процес освоєння здатен дискредитувати початок промислового виробництва товару, оскільки недостатня якість попередніх робіт, недоліки у конструкції та технології або невідповідне обладнання, невідповідність матеріалів і сировини можуть негативно відбитися на якості готової продукції, що приведе до різкого скорочення кількості замовлень і, в кінцевому підсумку, до відмови споживачів від даного виробу. Підчас це чревато підризом авторитету в споживачів, порушенням ділових взаємовідносин між суб'єктами ринку.

Для того, щоб вірно визначити необхідність модернізації запропонованого на ринку продукту, час

початку етапу модернізації, її напрямки, необхідність і час початку розробки нового продукту повинен широко використовуватися маркетинговий підхід. Маркетингова політика підприємства здатна суттєво вплинути на криву життєвого циклу товару, тому що діяльність підприємства повинна орієнтуватися на задоволення потреб споживачів.

**Висновки.** Таким чином, відносний характер конкурентоспроможності і динамічність середовища, де вона проявляється, обумовлює динамічний характер конкурентоспроможності. Рівень конкурентоспроможності залежить від розвитку науково-технічного прогресу, умов ринкового середовища, тому управління часом стає невід'ємною складовою всього процесу управління продуктом.

### Література

1. Тимофеев Д.В. Основные факторы оценки конкурентоспособности техники на стадии создания / Д.В. Тимофеев // Вісник Національного технічного



університету „Харківський політехнічний інститут: зб. наук. праць. – Х.: НТУ „ХПІ”, 2008. – Вип. 55(1). – С. 125-131.

2. Косенко О.П. Економічна оцінка інноваційного потенціалу: дис. ... канд. екон. наук: 08.02.02 / О.П. Косенко. – Х.: НТУ „ХПІ”, 2006. – 224 с.

3. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. / Заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД „Університетська книга”, 2007. – 928 с.

4. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / П.Г. Перерва. – Харьков, 1992. – 288 с.

5. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації: підруч. / Р.А. Фатхутдінов,

Г.В. Осовська. – К.: „Кондор”, 2009. – 470 с.

6. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособ. / П.С. Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 496 с.

7. Качалина Л.Н. Конкурентоспособный менеджмент: профессиональные издания для бизнеса / Л.Н. Качалина. – М.: изд-во Эксмо, 2006. – 464 с.

8. Конкурентоспособность продукции и предприятия / Б.В. Буркинский, Е.В. Лазарева, И.Н. Агеева, С.В. Брыкалина, В.М. Лысюк и др.; За ред. Б.В. Буркинского. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2002. – 132 с.

9. Мончев Н. Разработки и нововведения / Н. Мончев. – М.: „Прогресс”, 1978. – 193 с.

Поступила до редакції 20.04.11

© Т.В. Романчик, 2011

УДК 331.23

В.С. Медведєв\*

## ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ ФОРМ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ОСНОВІ НОРМАТИВНИХ ЗАВДАНЬ ТА НОРМ ЧАСУ

*У статті наведено порівняння відрядної оплати праці на основі норм часу та почасової оплати на основі нормативних завдань. Проведено аналіз недоліків та переваг також почасової оплати праці на основі фіксованих окладів та на основі нормативних завдань. Виділено основні ознаки відрядної та почасової систем оплати праці з точки зору продуктивності праці.*

*В статті приведено сравнение сдельной оплаты труда на основе норм времени и почасовой оплаты на основе нормативных заданий. Проведен анализ недостатков и преимуществ также почасовой оплаты труда на основе фиксированных окладов и на основе нормативных заданий. Выделены основные признаки сдельной и повременной систем оплаты труда с точки зрения производительности труда.*

**Постановка проблеми.** Порівнюючи системи оплати праці, зокрема відрядну та почасову, часто відмічається, що у західних компаніях з середини ХХ ст. в більшості розвинутих країн частка робочих-відрядників починає знижуватись. В США за 1950-70-ті роки їх доля зменшилась з 70 до 30%; у Франції за 15 років (починаючи з початку 60-х) вона впала з 40 до 15%; в 90-і роки в середньому 70-80% робітників в розвинутих країнах отримують почасову заробітну плату, в США їх доля досягла 86% [3]. Оцінюючи статистичні дані, почасова форма заробітної плати використовується для 70-80% американських робітників, і для 60-70% робітників у Західній Європі [2].

Пояснюючи цю ситуацію, вітчизняні спеціалісти виділяють ознаки, переваги та недоліки відрядної та почасової оплати праці. Відповідно у зв'язку із статистичним ростом частки почасової оплати праці, роблять висновки щодо більшої привабливості позитивних сторін почасової оплати праці, таких як збільшення якості продукції внаслідок меншої інтенсивності праці, більша соціальна спрямованість почасової оплати, адже вона більш відповідає інтересам робітників, їх внутрішньому комфорту.

Зокрема, в цьому контексті прийнято виділяти такі переваги почасової системи [3] як:

- складність врахування факторів, які не залежать від робітника, однак впливають на виробіток (хвороба, поломка обладнання, збої у постачанні, погодні умови);

- увага працівників до цілей та інтересів підприємства (сумлінність, ввічливість, дружелюбність, гарні манери, корпоративний дух);

- менша небезпека того, що з метою росту кількості обсягу продукції працівники не будуть приділяти увагу її якості. Затрати на контроль якості продукції можуть перебільшити економію на інших формах контролю;

- відрядна форма оплати праці пов'язує заробіток працівника з його індивідуальними результатами, залишаючи без уваги роботу відділу, підрозділу чи організації в цілому, що негативно позначається на колективній мотивації і груповій роботі. Одним з наслідків цього є висока плинність кадрів;

- нерідко виникають проблеми щодо правильного використання техніки. Зайвий поспіх працівників призводить до поломок обладнання, порушення норм

\* Медведєв В.С. – здобувач кафедри менеджменту організацій Інституту економіки і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів.